

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5. 1. KESIMPULAN

Dari hasil analisis dengan metode analisis faktor-faktor keputusan konsumen membeli *Blackberry* pada mahasiswa UIN Malang dapat disimpulkan bahwa dari 21 indikator dan setelah dirotasi menjadi 14 indikator dapat dikelompokkan menjadi 5 faktor, yaitu faktor 1 (Produk) yang terdiri dari Mudah diperbaiki, Gaya/*style* produk, Rancangan/*design* produk, Kualitas kinerja. faktor 2 (Persepsi) yang terdiri dari Karena pengalaman, Situasi lingkungan, Kebutuhan dalam melakukan aktifitas. Faktor 3 (Motivasi) yang terdiri dari Kenyamanan dalam pemakaian, dan Gengsi/*prestige*. Faktor 4 (Harga) Harga sesuai dengan kualitas, Harga bervariasi, Membuat seseorang trendy. faktor 5 (Produk) Keandalan produk, dan Keistimewaan.

#### 5. 2. SARAN

1. Saran yang dapat diberikan kepada produsen *blackberry* berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu, sebaiknya produsen *blackberry* lebih memperkuat fitur produk, karena fitur dalam penelitian ini merupakan faktor pertama yang paling banyak dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan membeli *blackberry*.
2. Saran yang dapat diberikan kepada produsen *blackberry* berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan yaitu, sebaiknya produsen *blackberry* lebih memahami keinginan dan kebutuhan pengguna

*blackberry*, karena dengan memahami keinginan dan kebutuhan konsumen akan bisa meningkatkan penjualan *blackberry*.

3. Saran untuk penelitian selanjutnya yang juga terkait tentang keputusan pembelian, sebaiknya menambah indikator, karena dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 indikator dari perilaku konsumen dan 2 dari bauran pemasaran, dan lebih disarankan lagi kepada peneliti selanjutnya untuk memasukkan variabel Islam dalam variabel yang diteliti.

